

# ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКА МЕТОДІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Главчев Д.М.

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В умовах розвитку ринкової економіки в Україні, на передній план починає виходити проблема забезпечення конкурентостійкості підприємств. Особливу увагу варто приділити цьому питанню у зв'язку з підписанням договору про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом та виходом на нові європейські ринки, що вже містять досить сильних гравців. Крім того, зона вільної торгівлі дозволяє не тільки нашим виробникам вийти на нові міжнародні ринки, але й світовим гравцям зайняти внутрішній ринок України, запропонувавши споживачам власні товари. Це може ускладнити життя вітчизняним виробникам.

Для того, щоб підприємство було досить стійким, а його продукція мала попит, вона повинна бути більш привабливою для споживача, ніж продукція конкурентів. Варто зазначити, що споживач приходить на ринок не за певною продукцією, а за задоволенням своїх потреб. Саме на ці потреби і потрібно орієнтуватися. Для цього, пропонується метод, який виконує побудову «дерева людських потреб», яке має розгалужену структуру, велику кількість рівнів, і дозволяє визначити наявні потреби в будь-якій області (галузі життя). Для задоволення наявних потреб існує велика кількість товарів, але в нашому випадку більш доцільно буде представити їх у вигляді функцій, які ці товари виконують. Проаналізувавши ринок та виділивши наявні функції, маємо можливість побачити «вільні місця» (ринкові ніші), тобто потреби, способів задоволення яких ще немає, або вони потребують покращення чи об'єднання декількох функцій в одному товарі. На основі показників ефективності виконуваних функцій і порівнянні їх з базовим товаром, або альтернативним методом вирішення потреби, встановлена методика розрахунку вартості та цінового коридору нового товару. Отримавши результат, фахівці зможуть дати безпосередню оцінку пропонованому товару, спрогнозувати попит на нього, а також майбутні перспективи, пов'язані з його виробництвом та продажем.

Отже, в наш час питання підвищення конкурентостійкості підприємства є актуальним як ніколи. Сьогодні виробникам необхідний універсальний інструмент, який дозволить проаналізувати людські потреби, знайти вільні ринкові ніші, вирахувати майбутню ціну, спрогнозувати попит. Отримання цих даних на початкових етапах дозволяє суттєво зекономити кошти, бо внесення змін та переробка товару на етапі виробництва обходиться в десятки разів дорожче, ніж на етапі проектування.